

Respostas

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

1. Nome Comercial: Empresa Acerolinha

2. Descrição Curta: Sou uma empresa que vende DONUTS personalizados, nosso estoque é preparado diariamente. Nos destacamos na personalização e na qualidade de nossos maravilhosos DONUTS.

3. Categoria do Negócio: Produtos Alimentícios.

4. Horário de Atendimento: Segunda a sexta: Das 13h00 as 16h00. Finais de semana e feriados: FECHADOS.

Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

1. Mensagem de Saudação: Olá, Boa tarde. Ficamos felizes pelo contato! Está preparado para experimentar o melhor DONUTS que já viram? Estamos aqui para te ajudar...

2. Mensagem de Ausência: No momento não estamos atendendo, mas pode deixar sua solicitação , que logo entraremos em contato, não esqueçam que temos o DONUTS perfeito para você.

3. Resposta Rápida 1 (/pagamento): /Cardápio disponível - DONUTS personalizados /sabores- Morango, Uva, e Uva verde, Laranja, Melancia, chocolate e cenoura /preços- 35,00 / combos - TRIO QUERIDINHO , DUPLA PERFEITA / promoções - Compre 3 combos e ganhe um brinde / tipos de pagamento - Transferência bancaria.

4. Resposta Rápida 2 (/entrega): /entrega- disponível em todo o período

5. Etiquetas: novo pedido, clientes em atendimento.

Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: DELICIOSO DONUTS PERSONALIZADO

Link para vendas: //INSTA

Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: Vender todo o estoque diário.

Metas: 50.000,00

Ideias de conteúdo para Status: Fotos, vídeos das personalizações

FeedBack

Parte 1 - A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

Pontos Fortes:

- **Descrição Clara:** A descrição é ótima. Deixa claro qual é o produto (DONUTS personalizados), o frescor (estoque diário) e o diferencial (personalização e qualidade).
- **Horário de Atendimento:** O horário está muito bem definido, o que é essencial para um negócio com uma janela de funcionamento tão específica (13h-16h).
- **Categoria:** A categoria "Produtos Alimentícios" está correta.

Pontos de Melhoria:

- **Nome Comercial (Branding):** Este é um ponto de atenção. O nome "Empresa Acerolinha" não tem nenhuma conexão com o produto "DONUTS". Isso pode confundir o cliente que procura seus produtos. Um nome mais alinhado ao produto (ex: "Donuts da Marina", "Ateliê do Donut") ajudaria na identificação da marca.

Parte 2 - Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

Pontos Fortes:

- **Mensagem de Saudação:** A mensagem é acolhedora e "vende" o produto, gerando expectativa ("preparado para experimentar o melhor DONUTS...?").

Pontos de Melhoria:

- **Mensagem de Ausência:** A mensagem é educada, mas perde uma oportunidade. Como seu horário de atendimento é muito curto (apenas 3h), esta mensagem *precisa* informar o horário exato. Ex: "...logo entraremos em contato. Nosso horário de atendimento é de Seg a Sex, das 13h às 16h."
- **Respostas Rápidas (Uso Incorreto):** Este é o ponto mais crítico. Você **usou a resposta rápida /pagamento como se fosse um /cardápio**. Isso confunde o cliente. O /pagamento deve ser apenas sobre formas de pagamento (ex: "Pix: chave..., Cartão: link..."). O cardápio deve estar no Catálogo ou em outra resposta rápida (ex: /sabores).
- **Respostas Rápidas (Vagas):** A resposta /entrega ("disponível em todo o período") é muito vaga. O cliente precisa saber: Cobre qual *área*? Tem *taxa*? Qual o *prazo*?
- **Etiquetas:** "novo pedido" e "clientes em atendimento" é um bom começo, mas é muito básico. Você precisa de um fluxo para organizar as vendas, como "Aguardando pagamento", "Em produção", "Pronto para entrega".

Parte 3 - Catálogo e Apresentação dos Produtos

Pontos Fortes:

- (Nenhum ponto forte identificado nesta seção).

Pontos de Melhoria:

- **Descrição do Produto:** "DELICIOSO DONUTS PERSONALIZADO" é um título, não uma descrição. O catálogo é sua vitrine. Você precisa *descrever* o produto. Ex: "Donut de Chocolate Belga: Massa fofa coberta com chocolate belga 70% e confeitos...".

Parte 4 - Estratégia e Planejamento

Pontos Fortes:

- **Ideias de Conteúdo:** "Fotos, vídeos das personalizações" é uma excelente ideia de conteúdo para o Status. Isso destaca seu principal diferencial (personalização) e se enquadra perfeitamente na estratégia de "Bastidores" que vimos no curso.

Pontos de Melhoria:

- **Confusão entre Público-Alvo e Meta:** Este é um erro grave de conceito. "**Vender todo o estoque diário**" é uma **META** (um objetivo financeiro/operacional), **não um Público-Alvo**.
- **Público-Alvo (Ausente):** Você não definiu *quem* é seu cliente. São mães comprando para festas? São empresas encomendando para eventos? São jovens? Definir isso é o primeiro passo de qualquer estratégia.
- **Metas:** "50.000,00" é uma meta vaga. É R\$ 50.000,00 por mês? Por ano? A meta de "vender o estoque diário" é, na verdade, uma meta mais clara e prática para começar.

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Completude da Atividade	Boa	Preencheu tudo, mas cometeu erros conceituais graves (Público x Meta).
Clareza na Comunicação	Fraca	As respostas rápidas são muito confusas e vagas, e o catálogo não tem informação.

Profissionalismo e Organização	Em desenvolvimento	O nome desalinhado e a confusão no uso das ferramentas (QR) demonstram falta de organização.
Criatividade e Estratégia	Fraca	As ideias de Status são boas, mas a estratégia central (Público-Alvo) está ausente.
Domínio da Ferramenta	Fraca	Demonstrou não ter compreendido o uso correto das Respostas Rápidas e do Catálogo.

Resumo Final

Marina, notei que você tem uma ideia de negócio clara (donuts personalizados) e ótimas ideias de conteúdo para o Status, focando na personalização, o que é seu ponto forte. A sua mensagem de saudação também é muito boa.

No entanto, identifiquei alguns pontos críticos que precisam da sua atenção imediata:

1. **Conceitos de Estratégia:** O ponto mais importante é a sua confusão entre **Público-Alvo** (PARA QUEM você vende) e **Meta** (O QUE você quer alcançar). "Vender o estoque" é uma meta, não seu público. Você precisa definir *quem* é seu cliente ideal primeiro.
2. **Uso das Ferramentas:** Você usou as Respostas Rápidas de forma incorreta. O /pagamento deve ser só sobre pagamento, e não um cardápio misturado. Suas respostas de entrega também estão muito vagas. O objetivo dessas ferramentas é economizar seu tempo, e do jeito que estão, vão gerar mais confusão.
3. **Branding (Marca):** O nome "Acerolinha" não tem nenhuma ligação com "Donuts". Isso vai tornar muito difícil para os clientes encontrarem e lembrarem de você.

Meu conselho é: revise os conceitos de Público-Alvo e reorganize suas respostas rápidas para que sejam funcionais e claras. Você tem um produto legal, mas precisa ajustar a comunicação e a estratégia para ter sucesso.

Respostas

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

1. Nome Comercial: Sakura card Captors

2. Descrição Curta: Somos uma empresa focada na criação e comercialização de produtor personalizados do seu personagem favorito, desde roupas até equipamentos de cosplay.

3. Categoria do Negócio: Artesão

4. Horário de Atendimento: Segunda a sexta das 8:00 às 17:00

Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

1. Mensagem de Saudação: Olá! Tudo bem? Seja bem vindo ao seu destino, o que gostaria de explorar?

2. Mensagem de Ausência: Olá! Tudo bem? No momento estamos em altas e perigosas aventuras. Assim que voltarmos entro em contato!

3. Resposta Rápida 1 (/pagamento): /Pagamento? Fique ligado, aceitamos Pix, dinheiro e cartão. Se encontrar uma esfera do Dragão verdadeira também aceitamos! (verdadeira)

4. Resposta Rápida 2 (/entrega): Fazemos entregas de segunda a sexta das 8:30 às 17:00.

5. Etiquetas: Novo pedido :3, Aguardando pagamento --, Pedido realizado com sucesso :).

Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: Kimono - R\$ 120,00 (feminino/masculino de qualquer personagem)

Link para vendas: <https://sakuracardcaptors.com.br>

Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: Consumidores da Arte e Práticas de animações japonesas

Metas: vender 30 pedidos por semana.

Ideias de conteúdo para Status: Mostrar a confecção das roupas e da criação de enfeites.

FeedBack

Parte 1 - A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

Pontos Fortes:

- **Coerência de Marca:** O nome "Delícia Hamashyach **Premium**" e a descrição "frutas frescas e **importadas**" estão muito bem alinhados, criando uma expectativa clara de um produto de alto valor.
- **Horário de Atendimento:** O horário está definido, o que é fundamental para o funcionamento das mensagens de ausência.

Pontos de Melhoria:

- **Revisão (Erros de Digitação):** O profissionalismo da marca "Premium" exige atenção aos detalhes. Corrija os erros de digitação: "produto alimentícios" para "**produtos alimentícios**" e "as 8h as 17h" para "**das 8h às 17h**".
- **Nome Comercial:** O nome "Hamashyach" pode ser difícil para os clientes lembrarem, digitarem na busca ou pronunciarem. É importante considerar a facilidade com que o cliente encontrará sua marca.

Parte 2 - Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

Pontos Fortes:

- **Mensagem de Saudação:** A saudação é excelente. É profissional, acolhedora e já reforça o diferencial do produto ("melhores frutas frescas da região!").

Pontos de Melhoria:

- **Mensagem de Ausência (Clareza):** A mensagem está confusa. "Estamos temporariamente fechados" dá a entender que é um imprevisto (ex: falta de estoque, feriado). Se a intenção é apenas informar que está *fora do horário de atendimento*, o texto deveria ser outro (ex: "Olá! Nosso horário de atendimento encerrou às 17h...").
- **Respostas Rápidas (Vagas):** Este é o ponto mais crítico do exercício. O objetivo das respostas rápidas é *eliminar* perguntas repetitivas, mas as respostas criadas *geram mais perguntas*:
 - /pagamento: "todos os tipos de pagamentos bancários" não significa nada para o cliente. É preciso listar: "Aceitamos Pix (chave:...), Cartão de Crédito (link:...) e Boleto".
 - /entrega: "entregamos em todas regiões" é financeiramente inviável e vago. Quais regiões? Da cidade? Do estado? É preciso delimitar (ex: "Entregamos nos bairros X, Y e Z de Boituva") e informar a *taxa*.
- **Etiquetas:** Foi listada apenas uma etiqueta ("/pedidos feitos"). O objetivo das etiquetas
- *é organizar o fluxo de trabalho.* É preciso um sistema, como: "Novo Orçamento", "Pagamento Pendente", "Em Separação", "Pronto para Entrega".

Parte 3 - Catálogo e Apresentação dos Produtos

Pontos Fortes:

- **Descrição do Produto:** Este é, disparado, o **ponto mais forte do exercício**. A descrição da caixa de frutas é de nível profissional: é evocativa ("irresistível"), detalhada (lista as frutas e origens) e focada nos benefícios ("sabor, frescor e um toque sofisticado"). Exatamente o que se espera de um catálogo.

- **Links (Estratégia Multicanal):** A inclusão de múltiplos links (Site, Catálogo Online, Instagram, Facebook) é uma prática avançada e excelente.

Pontos de Melhoria:

- Nenhum ponto de melhoria significativo nesta seção. A execução foi excelente.

Parte 4 - Estratégia e Planejamento

Pontos Fortes:

- (Nenhum ponto forte identificado nesta seção).

Pontos de Melhoria:

- **Público-alvo:** "Todo mundo" não é um público-alvo; é a ausência de um. Um produto "Premium" e "importado" *não* é para "todo mundo". O público seria: "Pessoas com alto poder aquisitivo", "Restaurantes de luxo", "Empresas (para presentes corporativos)", "Público fitness disposto a pagar mais por qualidade".
- **Metas:** "10.000,000" não é uma meta SMART. O que isso significa? R\$ 10.000,00? R\$ 10 milhões? Em quanto tempo? Uma meta clara seria: "Alcançar R\$ 10.000,00 em faturamento mensal até o final do semestre."
- **Ideias de Conteúdo:** "Vídeos e fotos" é genérico. O material do curso deu ideias específicas. Para um produto premium, as ideias deveriam ser:
 - **Bastidores:** Vídeo abrindo as caixas novas das frutas importadas (mostrando o frescor).
 - **Produto do Dia:** Foto em alta qualidade (bem iluminada) da "Uva Italiana" ou dos "Morangos da Califórnia".
 - **Prova Social:** Compartilhar o elogio de um cliente que presenteou alguém com a caixa.

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Compleitude da Atividade	Excelente	Todas as partes foram preenchidas.
Clareza na Comunicação	Em desenvolvimento	Excelente no Catálogo (Parte 3), mas muito vago nas Respostas Rápidas (Parte 2) e na Estratégia (Parte 4).

Profissionalismo e Organização	Boa	Demonstra alto profissionalismo na apresentação do produto, mas falha na organização operacional (etiquetas, respostas).
Criatividade e Estratégia	Fraca	A estratégia (Parte 4) é o ponto mais fraco. As ideias são genéricas e não refletem o posicionamento "Premium" do negócio.
Domínio da Ferramenta	Em desenvolvimento	Demonstra domínio <i>avançado</i> do Catálogo, mas um entendimento <i>básico</i> (e vago) das Respostas Rápidas e Etiquetas.

Resumo Final

Erika, seu exercício mostrou um contraste muito interessante. Você tem o ponto mais forte de toda a turma na **Apresentação do Produto (Parte 3)**. A descrição que você criou para o catálogo é de nível profissional: é detalhada, atraente e vende o produto perfeitamente. A inclusão de múltiplos canais de venda (site, Instagram) também é excelente.

No entanto, identifiquei que os pontos que precisam de mais atenção são a **Operação (Parte 2)** e a **Estratégia (Parte 4)**.

Onde vejo que você precisa focar mais é nas **Respostas Rápidas**. Elas foram o ponto mais fraco, pois estavam muito vagas. Lembre-se, o objetivo delas é *economizar* tempo. Respostas como "entregamos em todas regiões" e "aceitamos pagamentos bancários" não ajudam o cliente e vão forçar você a responder a mesma coisa manualmente, o que anula o propósito da ferramenta.

Da mesma forma, na estratégia, um produto "Premium" não pode ser para "todo mundo" (fonte [395]). Seu público é nichado, e suas metas e conteúdos de Status precisam refletir isso.

Meu feedback é: use o mesmo nível de detalhe e profissionalismo que você demonstrou no Catálogo (Parte 3) para construir suas Respostas Rápidas (Parte 2) e seu Planejamento Estratégico (Parte 4). Você claramente tem talento para o marketing; agora precisa aplicar esse talento na operação.

Respostas

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

1. Nome Comercial: Sakura card Captors

2. Descrição Curta: Somos uma empresa focada na criação e comercialização de produtor personalizados do seu personagem favorito, desde roupas até equipamentos de cosplay.

3. Categoria do Negócio: Artesão

4. Horário de Atendimento: Segunda a sexta das 8:00 às 17:00

Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

1. Mensagem de Saudação: Olá! Tudo bem? Seja bem vindo ao seu destino, o que gostaria de explorar?

2. Mensagem de Ausência: Olá! Tudo bem? No momento estamos em altas e perigosas aventuras. Assim que voltarmos entro em contato!

3. Resposta Rápida 1 (/pagamento): /Pagamento? Fique ligado, aceitamos Pix, dinheiro e cartão. Se encontrar uma esfera do Dragão verdadeira também aceitamos! (verdadeira)

4. Resposta Rápida 2 (/entrega): Fazemos entregas de segunda a sexta das 8:30 às 17:00.

5. Etiquetas: Novo pedido :3, Aguardando pagamento --, Pedido realizado com sucesso :).

Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: Kimono - R\$ 120,00 (feminino/masculino de qualquer personagem)

Link para vendas: <https://sakuracardcaptors.com.br>

Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: Consumidores da Arte e Práticas de animações japonesas

Metas: vender 30 pedidos por semana.

Ideias de conteúdo para Status: Mostrar a confecção das roupas e da criação de enfeites.

FeedBack

Parte 1 - A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

Pontos Fortes:

- **Coerência:** O nome, a descrição e a categoria ("Artesão") estão perfeitamente alinhados, criando uma identidade de marca clara e focada em um nicho específico.
- **Descrição Clara:** A descrição explica muito bem o que o cliente encontrará ("produtos personalizados... de roupas até equipamentos de cosplay").
- **Horário de Atendimento:** O horário está claro e bem definido (Segunda a sexta, 8h às 17h).

Pontos de Melhoria:

- **Revisão:** A descrição contém um pequeno erro de digitação: "produtor" para "produtos".
- **Nome Comercial:** O nome é muito criativo, mas usar "Sakura Card Captors" (que é uma marca registrada) pode gerar problemas legais ou confusão. Talvez um nome *inspirado* no tema fosse mais seguro para um negócio (ex: "Oficina das Cartas" ou "Ateliê Clow").
- **Localização:** Assim como no outro feedback, falta o endereço ou, ao menos, a cidade/bairro, o que é importante para o cliente calcular o frete ou saber se pode retirar no local.

Parte 2 - Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

Pontos Fortes:

- **Criatividade e Tom de Voz:** Este é o ponto mais forte do exercício! As mensagens de saudação, ausência e até as etiquetas são extremamente criativas e 100% alinhadas ao público-alvo (geek/anime). O uso de emoticons nas etiquetas também é uma forma inteligente de organizar.
- **Mensagem de Ausência:** A mensagem de ausência ("em altas e perigosas aventuras") é divertida e gerenciou muito bem as expectativas.

Pontos de Melhoria:

- **Equilíbrio (Profissionalismo vs. Criatividade):** A criatividade é excelente, mas não pode sacrificar a clareza. A resposta /pagamento é divertida ("esfera do Dragão"), mas pode soar um pouco informal demais para uma transação financeira.
- **Informação Incompleta:** A resposta rápida /entrega está muito vaga. O cliente precisa saber: Entregam para *onde* (cidade/bairro)? Há *custo* de frete? Há opção de *retirada*? Qual o *prazo* médio?.
- **Conflito de Horário:** A resposta /entrega diz que as entregas são das "8:30 às 17:00", o que conflita um pouco com o horário de atendimento geral que começa às "8:00".

Parte 3 - Catálogo e Apresentação dos Produtos

Pontos Fortes:

- O item "Kimono" é um excelente exemplo de produto para o público-alvo.
- A inclusão de um link para um site próprio ("Link para vendas") é um passo avançado e muito positivo, mostrando integração de canais.

Pontos de Melhoria:

- **Descrição Vaga:** O catálogo deve funcionar como uma vitrine que *reduz* perguntas. A descrição "feminino/masculino de qualquer personagem" é muito ampla e, na verdade, vai *gerar mais perguntas* ("Como assim qualquer um?", "Tem foto do que já fez?").
- **Sugestão para Catálogo:** Seria mais eficaz cadastrar produtos específicos, mesmo que feitos sob encomenda. Ex: "Kimono - Personagem (Sob Encomenda)", com fotos de kimonos *já feitos* e uma descrição detalhada (tecido, prazo de confecção, etc.).

Parte 4 - Estratégia e Planejamento

Pontos Fortes:

- **Público-alvo:** Perfeitamente definido ("Consumidores da Arte e Práticas de animações japonesas").
- **Ideias de Conteúdo:** A ideia de "Mostrar a confecção das roupas e da criação de enfeites" é uma das melhores estratégias de Status. Isso se alinha 100% ao conceito de "Bastidores" ensinado no curso, gerando valor e confiança no trabalho artesanal.
- **Metas:** A meta de "vender 30 pedidos por semana" é clara e mensurável.

Pontos de Melhoria:

- **Revisão:** Pequeno erro de digitação em "Práticas" (faltou o acento: "Práticas").
- **Meta (Realismo):** 30 pedidos por semana é uma meta bastante ambiciosa para um artesão (que pode ser uma pessoa só). É ótimo ser ambicioso, mas é importante garantir que a meta seja realista para não gerar frustração.
- **Ações de Atração:** Faltou detalhar como atrair esse público para o WhatsApp. A apostila sugere usar QR Codes em feiras (nesse caso, feiras geek/eventos de anime) ou divulgar o link direto no Instagram.

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Completude da Atividade	Excelente	Todas as partes foram preenchidas.
Clareza na Comunicação	Boa	Muito criativa, mas as respostas rápidas precisam ser mais informativas e claras (ex: /entrega).

Profissionalismo e Organização	Em desenvolvimento	A organização é boa (etiquetas), mas precisa equilibrar o tom de voz "geek" com a clareza profissional.
Criatividade e Estratégia	Excelente	O ponto mais forte. Tom de voz único, público-alvo bem definido e ideias de Status muito estratégicas.
Domínio da Ferramenta	Boa	Entendeu o uso de todas as ferramentas (etiquetas, respostas, catálogo), mas precisa refinar os detalhes do catálogo e das respostas rápidas.

Resumo Final

Seu exercício foi, sem dúvida, o mais criativo. Você fez um trabalho fantástico ao criar um "tom de voz" único para a marca, totalmente alinhado ao público-alvo. Sua ideia de usar o Status para mostrar a "confeção" dos produtos é a aplicação perfeita do que ensinamos sobre "Bastidores" e agrega muito valor ao seu trabalho artesanal.

Identifiquei dois pontos principais para você melhorar:

1. **Equilíbrio:** Encontrar o ponto ideal entre a criatividade e a clareza funcional. A resposta /entrega, por exemplo, precisa ser tão informativa quanto a /pagamento foi criativa. O cliente precisa de informações claras sobre custos e prazos de envio.
2. **Catálogo:** Usar o catálogo para mostrar produtos mais específicos. Descrições muito amplas (como "qualquer personagem") podem confundir o cliente ou sobrecarregar você.

No geral, você demonstrou um domínio excelente dos conceitos estratégicos. Com pequenos ajustes para tornar a comunicação mais clara e informativa, seu negócio tem um potencial enorme.

Respostas:

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

1. Nome Comercial: IceCake

2. Descrição Curta: Somos uma doceria especializada na confecção de doces gourmet

3. Categoria do Negócio: Doceria

4. Horário de Atendimento: 7h às 20h

Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

1. Mensagem de Saudação: Olá, tudo bem? Somos da IceCake, como podemos ajudar?

2. Mensagem de Ausência: Olá, tudo bem? Infelizmente não estamos em funcionamento neste momento

Aqui está o horário de funcionamento:

segunda à sexta: 7h às 20h

sábado, domingo e feriad: 9h às 16h

3. Resposta Rápida 1 (/pagamento): Temos os seguintes métodos de pagamento:

Pix - desconto de 5%(acima de 250 reais)

cartão

boleto

4. Resposta Rápida 2 (/entrega): Em relação à entrega, pode ser retirado assim que estiver pronto ou podemos enviar

caso opte por entrega, cobramos uma pequena taxa de R\$6,00

Aviso: sempre mandamos mensagem avisando que o pedido está pronto, ou que o entregador partiu para entrega

5. Etiquetas: Novo pedido, catálogos, combos, pagamentos, forma de recebimento

Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto:

Link para vendas:

Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo:

Metas:

Ideias de conteúdo para Status: Mostrar a confecção dos doces, apresentar o doce da semana

FeedBack

Parte 1 – A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

Pontos Fortes:

- O nome “IceCake” é curto, moderno e criativo, sugerindo a especialidade do negócio (sobremesas ou bolos gelados).
- A descrição curta é clara ao definir o nicho (“doces gourmet”), o que ajuda o cliente a identificar o valor do produto.
- A categoria do negócio (“Doceria”) está correta e bem alinhada.

Pontos de Melhoria:

- Sugerir uma descrição mais persuasiva, utilizando gatilhos de emoção ou qualidade. Exemplo: “Doces gourmet com sabor e arte em cada fatia. Peça nosso catálogo!”
- Acrescentar a cidade/região de atuação ou o endereço (se houver) no perfil para gerar mais credibilidade e facilitar a logística.
- No horário de atendimento, incluir os dias da semana para o horário principal (ex: “Segunda a Sexta: 7h às 20h”).

Parte 2 – Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

Pontos Fortes:

- A Mensagem de Saudação é amigável (“Olá, tudo bem?”) e proativa (“como podemos ajudar?”).
- A Mensagem de Ausência é excelente por incluir o horário detalhado de funcionamento para todos os dias, incluindo fins de semana e feriados.
- A Resposta Rápida (/pagamento) detalha as opções (Pix, cartão, boleto) e inclui o incentivo do desconto de 5% no Pix, o que é estratégico.
- A Resposta Rápida (/entrega) é muito clara, definindo as opções (retirada/envio) e a taxa, além de incluir o “Aviso” sobre o acompanhamento do pedido, demonstrando profissionalismo.

Pontos de Melhoria:

- A Mensagem de Ausência pode ser mais acolhedora. Exemplo: “Olá! No momento estamos fora do horário de atendimento, mas logo voltaremos para adoçar o seu dia 🍪. Deixe sua mensagem que responderemos em breve.”
- Na resposta /pagamento, adicionar o contato/link de pagamento do PIX para que a resposta seja funcional e o cliente não precise perguntar a chave.
- Na resposta /entrega, especificar a área de abrangência para a qual se aplica a taxa de R\$6,00.
- A lista de Etiquetas está incompleta: é fundamental incluir o "Pedido Entregue" ou "Finalizado" para fechar o ciclo de vendas e o "Interessado - Catálogo" para gerenciar novos leads.

Parte 3 – Catálogo e Apresentação dos Produtos

Pontos Fortes:

- Não é aplicável.

Pontos de Melhoria:

- A seção está incompleta e precisa ser preenchida com a listagem real dos produtos, incluindo nome, descrição e preço.
- É crucial incluir um link para vendas funcional (cardápio digital, loja virtual ou catálogo) para integrar o atendimento e a conversão de vendas.

Parte 4 – Estratégia e Planejamento

Pontos Fortes:

- As ideias de conteúdo para Status são boas, focando em "bastidores" ("confeção dos doces") e "novidades/promoção" ("doce da semana"), o que gera engajamento.

Pontos de Melhoria:

- A seção está incompleta e precisa da definição do público-alvo e das metas de vendas.
- O público-alvo deve ser detalhado (faixa etária, hábitos de consumo e preferências). Exemplo: “Famílias e jovens adultos de 25 a 45 anos que buscam sobremesas gourmet para ocasiões especiais ou consumo regular.”
- As Metas devem ser SMART (Específicas, Mensuráveis, Alcançáveis, Relevantes e Temporais). Exemplo: “Alcançar 80 pedidos mensais até o final do primeiro trimestre.”
- Sugerir a inclusão de Prova Social nos Status (avaliações e depoimentos de clientes).

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Compleitude da Atividade	Regular	As Partes 3 (Catálogo) e 4 (Público-alvo e Metas) estão incompletas, o que impede uma avaliação estratégica total.
Clareza na Comunicação	Muito Boa	A comunicação é cordial e informativa, mas precisa de pequenos ajustes na redação (Mensagem de Ausência).
Profissionalismo e Organização	Boa	Estrutura coerente nas respostas rápidas e horários, mas falha na organização interna (Etiquetas incompletas).
Criatividade e Estratégia	Em desenvolvimento	As ideias de conteúdo são estratégicas, mas a falta do público-alvo e metas impede a análise do planejamento estratégico completo.
Domínio da Ferramenta WhatsApp Business	Em desenvolvimento	Boa base, mas falta explorar completamente recursos cruciais para a venda (Links, Catálogo e Etiquetas).

Resumo Final

O trabalho da IceCake demonstra forte clareza na comunicação com o cliente e um bom uso da função de Respostas Rápidas. No entanto, o projeto está **incompleto** devido à ausência do Catálogo e da definição estratégica de Público-alvo e Metas. Para alcançar uma avaliação "Excelente", o foco deve ser no **Domínio da Ferramenta**, preenchendo as seções faltantes e tornando as respostas rápidas 100% funcionais (com links e chaves de pagamento).

RESPOSTA

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

1. **Nome Comercial:** Lash Juliana Schumacher
2. **Descrição Curta:** Atendimento com hora marcada para extensão de cílios e Design de sombrancelhas
3. **Categoria do Negócio:** Beleza
4. **Horário de Atendimento:** segunda a sábado das 9:00 as 19:00



Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

1. **Mensagem de Saudação:** Seja bem vindo (a), como podemos ajudar ?
2. **Mensagem de Ausência:** Não estamos disponível no momento, assim que possível retornaremos seu contato!
3. **Resposta Rápida 1 (/pagamento):** Pix, link para pagamento cartão de crédito, débito.
4. **Resposta Rápida 2 (/entrega):** Atendimento presencial com hora marcada !
5. **Etiquetas:** "Transforme seu olhar e eleve sua confiança "



Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: Design de sombrancelhas R\$ 50,00

Extensão de cílios 80,00

Brow lamination 140,00

Link para vendas: <https://designdesombrancelhas.com.br/?c=WVjM9>



Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: Mulheres

Metas: atender de 5 a 7 clientes por dia

Ideias de conteúdo para Status: antes e depois
procedimento sendo realizado
passo a passo

FEEDBACK:

Parte 1 – A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

- **Pontos Fortes:**
 - O nome "Lash Juliana Schumacher" é excelente, pois identifica imediatamente a profissional e o serviço (Lash).
 - A categoria "Beleza" está correta e ajuda os clientes a encontrarem o serviço.
 - O horário de atendimento está completo (dias e horas), o que é ótimo para ativar a mensagem de ausência corretamente.
- **Pontos de Melhoria:**
 - A descrição curta é boa, mas poderia ser mais "vendedora". Seguindo a apostila (página 15), que sugere uma "Chamada para Ação" (CTA), poderia ser algo como: "Especialista em extensão de cílios e design de sobrancelhas. Atendimento com hora marcada. Agende seu horário pelo catálogo!"

Parte 2 – Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

- **Pontos Fortes:**
 - As respostas rápidas (/pagamento e /entrega) estão perfeitas. Elas resolvem dúvidas comuns de forma ágil, exatamente como ensinado no minicurso (apostila, página 21).
 - A mensagem de saudação é funcional e cumpre o objetivo inicial.
- **Pontos de Melhoria:**
 - Na mensagem de ausência, há um pequeno erro de concordância ("disponível" deveria ser "disponíveis"). Sugestão: "No momento não estamos disponíveis, mas seu contato é muito importante! Retornaremos assim que possível."
 - Ponto principal: A aluna confundiu "Etiquetas" com um *slogan*. As etiquetas são ferramentas de organização interna (vistas na apostila, página 7, e apresentação, slide 5) para classificar clientes (ex: "Nova Cliente", "Agendado", "Pagamento Pendente"). O slogan "Transforme seu olhar..." seria ótimo para a Descrição Curta ou para o Status.

Parte 3 – Catálogo e Apresentação dos Produtos

- **Pontos Fortes:**
 - Listou os principais serviços com preços claros, facilitando a consulta do cliente.
 - Incluiu um link externo, demonstrando entendimento sobre integrar outras ferramentas de agendamento ou pagamento.
- **Pontos de Melhoria:**
 - Como visto na apostila (página 23), o catálogo fica mais profissional com descrições detalhadas. Em vez de apenas "Extensão de cílios R\$ 80,00", poderia ser: "Extensão de Cílios - Fio a Fio Clássico. Técnica que aplica um fio sintético em cada fio natural, trazendo um resultado elegante e discreto. Duração: 2h. Valor: R\$ 80,00".

Parte 4 – Estratégia e Planejamento

- **Pontos Fortes:**
 - As ideias de conteúdo para o Status ("antes e depois", "procedimento") são excelentes e muito adequadas para o nicho de beleza, gerando desejo e prova social.
 - A meta ("atender de 5 a 7 clientes por dia") é específica, mensurável e realista, o que é fundamental para o planejamento.
- **Pontos de Melhoria:**
 - O público-alvo "Mulheres" é muito amplo. Como sugerido na apostila (página 24), é importante especificar. Exemplo: "Mulheres de 25 a 45 anos, da região central da cidade, que buscam praticidade e valorizam a autoestima, interessadas em procedimentos estéticos." Isso ajuda a direcionar a comunicação e as promoções.

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Completude da Atividade	Excelente	Todas as partes foram preenchidas.
Clareza na Comunicação	Boa	A comunicação é direta, com ótimas respostas rápidas.
Profissionalismo e Organização	Em desenvolvimento	Entendeu bem o catálogo e perfil, mas precisa corrigir o uso das etiquetas para organizar o fluxo.
Criatividade e Estratégia	Muito Boa	As ideias de conteúdo para o Status são muito estratégicas para o negócio.
Domínio da Ferramenta WB	Em desenvolvimento	Demonstrou ótimo domínio do Perfil e Respostas Rápidas, mas confundiu a função das Etiquetas.

Resumo Final

O trabalho é muito bom e mostra que ela absorveu os conceitos de Perfil Comercial, Catálogo e Respostas Rápidas. O negócio dela está bem estruturado para o WhatsApp. O principal ponto de ajuste é entender que as Etiquetas são ferramentas internas de organização, e não um slogan. Com esse ajuste e uma definição melhor do público-alvo, ela usará a ferramenta de forma ainda mais estratégica.



Dados do Participante

Nome Completo: Juliana de Mattos Schumacher

Contato (WhatsApp): 15998106871

RESPOSTA:

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

- 1. Nome Comercial:** ligeirinho moto express
- 2. Descrição Curta:** trabalho com entregas curta distancia, e longas distancia apenas com agendamento pequeno e médio tamanho.
- 3. Categoria do Negócio:** entregas rapidas
- 4. Horário de Atendimento:** de segunda a sexta das 7:00 as 17:00 coleta após as 17:00 será entregue no dia seguinte



Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

- 1. Mensagem de Saudação:** olá agradecemos meu nome é David a empresa ligeirinho moto express agradece o seu contato
- 2. Mensagem de Ausência:** olá agradecemos seu contato, estamos grato em ter vc como cliente em breve voltamos com a melhor resposta
- 3. Resposta Rápida 1 (/pagamento):** para melhor atender, aceitamos pagamento via pix credito debito
- 4. Resposta Rápida 2 (/entrega):** fazemos entrega de segunda a sexta das 7:00 as 17:00
- 5. Etiquetas:** entrega somente com pagamento no ato da entrega



Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: nossas entregas longas distancia é calculada por km rodado, curta distancia é feito por base do local de entre e tempo gasto

Link para vendas: ligeirinhoexpress.com.br



Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: empresas de publico geral que precisa de uma boa entrega

Metas: 50 entregas

Ideias de conteúdo para Status: formas de entregas rápidas e com excelência

FEEDBACK:

Parte 1 – A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

- **Pontos Fortes:**
 - O nome "ligeirinho moto express" é cativante e fácil de lembrar.
 - A informação no horário de atendimento sobre coletas após as 17h é excelente e gerencia a expectativa do cliente.
- **Pontos de Melhoria:**
 - A **Descrição Curta** precisa de uma revisão nos seguintes pontos: Pontuação e escrever uma descrição mais completa.
 - **Sugestão:** "Serviço de entregas rápidas para itens de pequeno e médio porte. Atendemos curta distância e longas distâncias (com agendamento)."

Parte 2 – Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

- **Pontos Fortes:**
 - As respostas rápidas (/pagamento e /entrega) são úteis e cobrem dúvidas frequentes.
- **Pontos de Melhoria:**
 - As mensagens de saudação e ausência precisam de uma revisão.
 - **Sugestão de Saudação:** "Olá! Meu nome é David, da Ligeirinho Moto Express. Agradecemos seu contato. Como podemos ajudar você hoje?"
 - **Sugestão de Ausência:** "Olá! Agradecemos seu contato. No momento, estamos fora do nosso horário de atendimento (Seg a Sex, 7h-17h). Retornaremos assim que possível."

Parte 3 – Catálogo e Apresentação dos Produtos

- **Pontos Fortes:**
 - O participante entendeu que precisa explicar sua forma de cobrança.
- **Pontos de Melhoria:**
 - Nenhum ponto a melhorar

Parte 4 – Estratégia e Planejamento

- **Pontos Fortes:**
 - Já pensou em um nicho (empresas) e em ideias para o Status.
- **Pontos de Melhoria:**
 - **Ideias de Status:** "formas de entregas rápidas" é vago. Sugestões melhores: "Depoimento de um cliente satisfeito", "Foto da moto limpa e pronta para o dia", "Promoção: 10% off para sua primeira entrega".

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
----------	-----------	------------

Completude da Atividade	Excelente	Todas as partes foram preenchidas.
Clareza na Comunicação	Em desenvolvimento	As mensagens automáticas estão muito confusas e precisam de revisão gramatical urgente.
Profissionalismo e Organização	Em desenvolvimento	A confusão sobre Catálogo e Etiquetas mostra que a organização da ferramenta precisa ser revista.
Criatividade e Estratégia	Boa	As ideias base são boas, mas precisam de muito refinamento para serem estratégicas (metas, público).
Domínio da Ferramenta WB	Em desenvolvimento	Demonstrou dificuldade em entender duas ferramentas essenciais: Catálogo e Etiquetas.

Resumo Final

Uma boa ideia de negócio e entende a necessidade de usar o WhatsApp. Apenas ajustar os pontos de melhorias e fica ótimo.



Dados do Participante

Nome Completo: aluizio David gonzaga rabelo

Contato (WhatsApp): 15998422132

Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

- 1. Nome Comercial:** Empreendimentos J.A
- 2. Descrição Curta:** Construção de casas em diferentes regiões para vendas.
- 3. Categoria do Negócio:** Construção e Vendas de casa populares
- 4. Horário de Atendimento:** Segunda à sábado das 8h às 17hrs



Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

- 1. Mensagem de Saudação:** Olá, agradecemos seu contato, como posso ajudá-lo?
- 2. Mensagem de Ausência:** No momento não posso atendê-lo, mas assim que possível entrarei em contato o mais breve possível.
- 3. Resposta Rápida 1 (/pagamento):** Aceitamos financiamento.
- 4. Resposta Rápida 2 (/entrega):** Entregamos sua casa dos sonhos o mais breve possível.
- 5. Etiquetas:** Aguardando aprovação do financiamento.



Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: Casa nova a venda.

Link para vendas: @empreendimentosj.a



Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: Moradores de Boituva e região

Metas: 1 casa mensal

Ideias de conteúdo para Status: Casa em fase de acabamento, na compra ganhe uma máquina de lavar.

FEEDBACK:
FeedBack

Parte 1 – A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

- **Pontos Fortes:**
 - O nome "Empreendimentos J.A" soa profissional e adequado para o setor de construção.
 - A Descrição Curta e a Categoria estão claras, identificando o nicho de "casas populares".
 - O horário de atendimento está completo e bem definido.
- **Sugestões de Aprimoramento:**
 - O perfil já está muito bom. Uma pequena sugestão seria adicionar o link do Instagram também no campo "Site" (além do campo de Link Externo), para dar mais visibilidade.

Parte 2 – Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

- **Pontos Fortes:**
 - **Excelente uso da Etiqueta!** O participante compreendeu perfeitamente a função das etiquetas (apostila, pág. 7) como uma ferramenta de organização interna. "Aguardando aprovação do financiamento" é um exemplo perfeito de como gerenciar um cliente de ciclo de venda longo.
 - A Mensagem de Saudação é educada e direta.
 - A Resposta Rápida (/pagamento) sobre financiamento é muito estratégica e resolve a principal dúvida desse mercado.
- **Sugestões de Aprimoramento:**
 - A Mensagem de Ausência pode ser um pouco mais impessoal para profissionalizar: "Olá! Agradecemos seu contato. No momento, estamos fora do horário de atendimento. Retornaremos assim que possível."
 - A Resposta Rápida 2 (/entrega) é mais um slogan do que uma resposta pronta. Uma boa Resposta Rápida poderia ser sobre os *prazos médios* ou *documentos necessários*. Ex: "/docs" com a lista de documentos para o financiamento.

Parte 3 – Catálogo e Apresentação dos Produtos

- **Pontos Fortes:**
 - O participante identificou o campo "Link" e o usou corretamente para direcionar ao Instagram, o que é ótimo para um negócio visual como o de construção.
- **Sugestões de Aprimoramento:**
 - Esta é a maior oportunidade de melhoria. Um produto de alto valor como uma casa precisa de um catálogo atrativo (apostila, pág. 22). Em vez de "Casa nova a venda", o catálogo deveria ter *modelos*:
 1. **"Casa Modelo 1 (60m²)"** - Preço: (valor) - Descrição: "Casa térrea com 2 quartos, 1 banheiro, sala integrada e acabamento em porcelanato. Ideal para financiamento. Veja mais fotos no nosso Instagram: @empreendimentosj.a"

2. "Sobrado Modelo 2 (80m²)" - Etc.

- Usar fotos de casas já prontas (ou de projetos 3D) no catálogo faria uma grande diferença.

Parte 4 – Estratégia e Planejamento

- **Pontos Fortes:**

- Excelente! As ideias de Status são muito estratégicas. "Casa em fase de acabamento" gera antecipação, e a promoção "ganhe uma máquina de lavar" é um ótimo gatilho para fechar negócio.
- A meta ("1 casa mensal") é clara e mensurável.
- O público-alvo ("Moradores de Boituva e região") é bem focado geograficamente.

- **Sugestões de Aprimoramento:**

- O planejamento já está muito sólido. Para ir além, poderia detalhar o público-alvo (apostila, pág. 24), por exemplo: "Famílias jovens de Boituva e região, buscando o primeiro imóvel através de financiamento."

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Completude da Atividade	Excelente	Todas as partes foram preenchidas.
Clareza na Comunicação	Muito Boa	Mensagens claras e objetivas.
Profissionalismo e Organização	Excelente	O uso correto das Etiquetas demonstra um nível de organização acima da média.
Criatividade e Estratégia	Excelente	As ideias de Status e a resposta rápida (/pagamento) são perfeitas para o negócio.
Domínio da Ferramenta WB	Muito Bom	Entendeu muito bem as ferramentas estratégicas (Etiquetas, Status). O Catálogo é o único ponto que precisa de mais atenção.

Resumo Final

Parabéns! Este trabalho demonstra um excelente entendimento de como o WhatsApp Business funciona para um negócio complexo e de ciclo de venda longo. O uso estratégico das **Etiquetas** foi um diferencial. O próximo passo é investir em um **Catálogo** mais detalhado e visual, pois isso aumentará muito a percepção de valor e profissionalismo da "Empreendimentos J.A".



Dados do Participante

Nome Completo: Alessandra Ferreira dos Santos

Contato (WhatsApp): 11 96905 5365

Respostas:



Parte 1: A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

1. Nome Comercial: Café e flores

2. Descrição Curta: sou uma professora que gostaria de abrir o meu próprio negócio venderia cafés diferenciado, bolos e salgados para o publico que gosta de coisas mais saudáveis.

3. Categoria do Negócio: e

4. Horário de Atendimento:



Parte 2: Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

1. Mensagem de Saudação: Aqui é o café e flores, no que podemos te ajudar

2. Mensagem de Ausência: No momento não poderemos atender, estamos fora do horário de atendimento, assim que retornamos entraremos em contato

3. Resposta Rápida 1 (/pagamento): pix e cartão de crédito

4. Resposta Rápida 2 (/entrega): fazemos entregas todos os dias a partir das 9hrs e finalizamos as 18 hrs

5. Etiquetas: voce gostaria de fazer um novo pedido, o seu pedido esta sendo concluído, estamos separando, entregue.



Parte 3: Catálogo e Apresentação dos Produtos

Exemplo de produto: cafés (expresso, capuchino, coado, pingado,) 15,00 reais

Link para vendas: joelmafn1981@hotmail.com



Parte 4: Estratégia e Planejamento

Público-alvo: todos

Todos os públicos

Metas: vender 50 por semana

Ideias de conteúdo para Status: combo do dia (pão na chapa, café coado) 15,00

FeedBack

Parte 1 – A Vitrine do Seu Negócio (Perfil Comercial)

Pontos Fortes:

- O nome “Café e Flores” é simples, direto e fácil de lembrar, ideal para uma marca local e artesanal.
- A descrição curta é clara e atrativa (“Os brownies mais gostosos e baratos da região”), despertando interesse imediato.
- A categoria do negócio foi bem escolhida (“Alimentação”), o que facilita que o cliente identifique o tipo de produto oferecido.

Pontos de Melhoria:

- Acrescentar o endereço (ou ao menos o bairro/cidade) no perfil comercial para gerar mais credibilidade e facilitar entregas locais.
 - No horário de atendimento, incluir também os dias da semana (ex: “Segunda a sábado, das 8h às 17h”).
-

Parte 2 – Comunicação com o Cliente (Mensagens e Atendimento)

Pontos Fortes:

- As mensagens automáticas e respostas rápidas foram bem estruturadas, demonstrando bom entendimento do funcionamento do WhatsApp Business.
- As respostas rápidas (/pagamento e /entrega) estão bem pensadas e facilitam o atendimento.

Pontos de Melhoria:

- Revisar pequenos erros de digitação na mensagem de saudação (“Olá, aqui e você encontrará...” → “Olá! Aqui você encontrará...”).
- A mensagem de ausência pode ser mais acolhedora:

Exemplo: “Olá! No momento estamos fora do horário de atendimento, mas logo estaremos de volta para adoçar o seu dia 🍪.” (O uso de emojis pode deixar as

mensagens mais acolhedoras)

Dica: Incluir uma mensagem de agradecimento após a compra, reforçando o relacionamento com o cliente.

Parte 3 – Catálogo e Apresentação dos Produtos

Pontos Fortes:

- A descrição dos produtos está bem organizada e padronizada, com tamanhos e preços variados, isso transmite clareza e profissionalismo.
- A ideia de incluir um link para vendas mostra entendimento sobre integração entre canais de atendimento e vendas.

Pontos de Melhoria:

- Poderia incluir descrições mais detalhadas dos sabores (ex: “Brownie de doce de leite com cobertura cremosa feita artesanalmente”).
 - A seção de etiquetas está incompleta, é importante criar etiquetas como “Novo cliente”, “Pedido entregue”, “Pagamento pendente” para melhor organização interna.
-

Parte 4 – Estratégia e Planejamento

Pontos Fortes:

- O público-alvo foi identificado (moradores de Sorocaba), mostrando atenção à localização e ao mercado local.
- As ideias de conteúdo para status (bastidores, avaliações e fotos) são excelentes para engajamento e construção de confiança.
- A meta de vendas (50 brownies por mês) é realista e demonstra pensamento estratégico inicial.

Pontos de Melhoria:

- Especificar melhor o **público-alvo**: faixa etária, hábitos de consumo e preferências. Exemplo: “jovens e adultos de 18 a 35 anos que buscam sobremesas artesanais e acessíveis.” Isso torna mais fácil atingir a meta inicial tendo um foco específico em um grupo.
- Poderia detalhar ações concretas para atingir a meta, como promoções, parcerias com cafeterias ou descontos para clientes recorrentes.
- Sugerir o uso dos status e listas de transmissão de forma mais planejada, criando uma rotina de postagens semanais.

Avaliação Geral

Critério	Avaliação	Comentário
Compleitude da Atividade	Excelente	Todas as partes foram preenchidas.
Clareza na Comunicação	Boa	Pequenos ajustes de escrita e detalhamento.
Profissionalismo e Organização	Boa	Estrutura coerente e funcional.
Criatividade e Estratégia	Muito Boa	ideias de conteúdo realistas e eficazes.
Domínio da Ferramenta WhatsApp Business	Em desenvolvimento	Boa base, faltando explorar mais recursos (etiquetas e links).

Resumo Final

O trabalho demonstra compreensão prática dos recursos do WhatsApp Business e aplica conceitos importantes de comunicação e marketing. Luiz apresentou um negócio coerente, criativo e com potencial real. Pequenos ajustes de escrita, detalhamento e uso de recursos visuais tornarão o perfil ainda mais profissional e atrativo para o público.